



Criteo dévoile sa nouvelle identité de marque et révèle sa feuille de route pour l'avenir de l'internet ouvert lors de son Investor Day.

*Pour Criteo, "The Future is Wide Open":
la société consolide sa transformation et pose les briques du futur de la
publicité.*

Paris, le 3 juin 2021 – C'est un nouveau jour pour Criteo S.A. (NASDAQ: CRTO), entreprise mondiale de technologie fournissant la première Commerce Media Platform au monde. Aujourd'hui, la société dévoile une nouvelle image de marque en adéquation avec les grandes transformations initiées depuis l'année dernière et propose ainsi un nouveau logo, une nouvelle identité visuelle ainsi qu'un nouveau positionnement de marque : « The Future is Wide Open* ». Ce rebranding confirme l'engagement de Criteo pour un internet équitable et ouvert permettant la découverte, l'innovation et le choix. Ces décisions témoignent, également, des opportunités qu'offre l'avenir de la publicité sans cookies pour Criteo.

"Il était temps pour Criteo d'adopter une nouvelle identité de marque qui mette en valeur notre force en matière de datas et de technologie, reflète notre leadership dans le secteur de la publicité et envisage de façon optimiste l'avenir de l'Internet ouvert, pour tous. » a déclaré Megan Clarken Chief Executive Officer de Criteo.

Dorénavant au centre du logo, les deux points, représentant les consommateurs et les clients, symbolisent la volonté de Criteo de les placer au cœur de sa stratégie pour leur offrir la plateforme de Commerce Media leader du marché. L'espace ouvert entre ces deux points est une invitation à la découverte et à l'ouverture, à l'image de Criteo proposant à son audience de bénéficier d'une histoire forte, représentée par une police audacieuse et moderne. Les changements visuels ont été développés par l'équipe marketing de Criteo, en partenariat avec l'agence de créative et innovante Technology, Humans and Taste [THAT].

"Lorsque nous disons "The Future is Wide Open" nous parlons des immenses possibilités qu'offrent l'ensemble des données unique de Criteo pour améliorer l'expérience de chaque consommateur dans l'internet ouvert » a déclaré Todd Parsons, Chief Product Officer chez Criteo. *« Les cookies sont peut-être en train de disparaître, mais nous y voyons une opportunité de faire évoluer notre stratégie produit afin d'apporter encore plus de bénéfices aux consommateurs et à nos clients ».*

Afin d'annoncer son rebranding et de partager plus de détails sur sa transformation, se tiendra aujourd'hui en ligne l'« Investor Day » de Criteo dont voici les temps forts :

- **Introduction par l'équipe dirigeante de Criteo** – La C-Suite se réunit pour exposer la stratégie, les opportunités de marché, les forces et le positionnement de la marque. Ensemble, ils présenteront l'avenir et la roadmap des produits Criteo afin d'apporter des expériences toujours plus riches aux consommateurs.

**L'avenir est grand ouvert*

- **Présentation de la stratégie de la Commerce Media Platform** – Criteo réintroduit ses produits offrant aux spécialistes du marketing la possibilité d'activer et de mesurer les campagnes publicitaires, et aux propriétaires de médias la possibilité de vendre leur inventaire publicitaire et promotionnel - tout en s'appuyant sur un ensemble de données qui alimente la technologie et distingue Criteo dans le secteur.
- **Echanges avec des partenaires** – Quatre invités spécialistes du marketing et propriétaires de media clé partenaires de Criteo échangeront sur les opportunités offertes par le Commerce Media. La discussion sera modérée par l'Executive Managing Director EMEA de Criteo.

Bryan Gildenberg, Senior Vice President Commerce chez Omnicom Retail Group, a qualifié le regain d'intérêt de Criteo pour le retail comme un « pas stratégique dans la bonne direction », et ajoutant : « *Criteo dispose d'une occasion unique de transformer la connaissance en conversion. Je suis me réjouis de voir ce qui les attend et je suis ravi de travailler en étroite collaboration avec eux.* »

L'Investor Day de Criteo sera diffusé le 3 juin 2021, à 14h00 (heure française), une session un Q&A en direct sera disponible à la fin. L'événement sera diffusé publiquement, et la rediffusion sera ensuite disponible sur le site web des relations investisseurs de Criteo. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site ci-joint : <https://criteo.investorroom.com>.

A propos de Criteo

Criteo (NASDAQ : CRTO) est une entreprise technologique internationale qui fournit la première Commerce Media Platform au monde. Les 2 500 membres de l'équipe Criteo s'associent à plus de 20 000 spécialistes du marketing et à des milliers de propriétaires de médias dans le monde entier pour activer le plus grand ensemble de données commerciales au monde afin de générer de meilleurs résultats commerciaux. En proposant des publicités fiables et pertinentes, Criteo offre des expériences plus riches à chaque consommateur tout en soutenant un Internet équitable et ouvert qui permet la découverte, l'innovation et le choix. Pour plus d'information, rendez-vous sur www.criteo.com

Contacts presse Criteo

Aline Dubucq : a.dubucq@criteo.com / 06 37 98 20 29

Agence PPR – team.criteo@pprww.com

- Elodie Larcis – 06 15 39 90 22
- Eléonore Ancel – 06 79 44 44 33
- Sébastien Martin - 07 69 38 99 89

Forward-Looking Statements Disclosure

This press release contains forward-looking statements, including our expectations regarding our market opportunity and future growth prospects and other statements that are not historical facts and involve risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially. Factors that might cause or contribute to such differences include, but are not limited to: failure related to our technology and our ability to innovate and respond to changes in technology, uncertainty regarding the scope and impact of the COVID-19 pandemic on our employees, operations, revenue and cash flows, uncertainty regarding our ability to access a consistent supply of internet display advertising inventory and expand access to



such inventory, including without limitation uncertainty regarding the timing and scope of proposed changes to and enhancements of the Chrome browser announced by Google, investments in new business opportunities and the timing of these investments, whether the projected benefits of acquisitions materialize as expected, uncertainty regarding international growth and expansion, the impact of competition, uncertainty regarding legislative, regulatory or self-regulatory developments regarding data privacy matters and the impact of efforts by other participants in our industry to comply therewith, the impact of consumer resistance to the collection and sharing of data, our ability to access data through third parties, failure to enhance our brand cost-effectively, recent growth rates not being indicative of future growth, our ability to manage growth, potential fluctuations in operating results, our ability to grow our base of clients, and the financial impact of maximizing Revenue ex-TAC, as well as risks related to future opportunities and plans, including the uncertainty of expected future financial performance and results and those risks detailed from time-to-time under the caption "Risk Factors" and elsewhere in the Company's SEC filings and reports, including the Company's Annual Report on Form 10-K filed with the SEC on February 26, 2021, and in subsequent Quarterly Reports on Form 10-Q as well as future filings and reports by the Company. Importantly, at this time, the COVID-19 pandemic continues to have a significant impact on Criteo's business, financial condition, cash flow and results of operations. There are significant uncertainties about the duration and the extent of the impact of the virus.

Except as required by law, the Company undertakes no duty or obligation to update any forward-looking statements contained in this release as a result of new information, future events, changes in expectations or otherwise.

###